

Г.А. ОРЫНБЕКОВА,¹

к.э.н., доцент.

Ж.У. ТУЛЕГЕНОВА,¹

к.э.н., доцент.

А.А. ПЯГАЙ,¹

д.э.н., профессор.

А.Ш. АТИРБЕКОВ,¹

ст. преподаватель.

Университет «Туран-Астана»¹

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА КАЗАХСТАНА

Аннотация

В статье рассматриваются отдельные аспекты современного состояния продовольственного рынка и потребительского поведения населения Казахстана. Действие факторов, влияющих на продовольственный рынок, раскрывается в тесной связи с мерами по реализации государственных программ, предполагающих значительные государственные субсидии и дотации на развитие собственного производства продуктов питания. Проведен анализ темпов роста объема розничной торговли Республики Казахстан, показателей взаимной торговли в разрезе регионов, структуры потребительских расходов населения, структуры потребления основных продуктов питания. Показана дифференциация уровня пищевой депривации по типу местности, приведены значения показателя «острое отсутствие продовольственной безопасности» в сравнении с другими странами мира, рассмотрены результаты влияния фактора цифровизации на развитие торговли через онлайн-сервисы. Сделаны выводы о необходимости разработки модели маркетингового управления продовольственными рынками в контексте роста платежеспособного спроса населения, тенденций развития мирового рынка. Возможные активный и пассивный сценарии развития событий учитывают факторы, определяющие развитие продовольственного рынка и пищевой промышленности. Развитие отечественного рынка продуктов питания должно происходить на фоне развития рынка альтернативных источников энергии, с учетом проводимой политики сопредельных государств, усиления работы по достижению глобальных торговых соглашений для защиты собственных рынков сбыта, оптимизации использования ресурсов, повышения информационной обеспеченности субъектов рынка.

Ключевые слова: продовольственный рынок, показатели торговли, доходы населения, факторы рынка, пищевая промышленность, цифровизация.

Развитие продовольственного рынка страны влияет на качество жизни населения и экономику страны в целом, поэтому вопросы оптимизации развития АПК в целом и в том числе рынков продовольственных товаров являются постоянным объектом внимания на уровне управления государством в целом и отдельных регионов. В этой связи возникает необходимость исследования факторов, влияющих на развитие продовольственных рынков Казахстана с точки зрения маркетингового подхода и эффективности имеющихся государственных программ.

Обзор определений рынков, приведенных учеными на разных этапах развития экономики, позволил нам определить продовольственный рынок как организационно-хозяйственную целостность размещенных на территории страны и за ее пределами субъектов хозяйствования по обеспечению населения продовольствием.

Современный рынок объединяет взаимодействующие подсистемы по производству сырья, переработки, хранения, транспортировки, реализации и потребления продовольственной продукции.

Функционирование продовольственного рынка обусловлено во многом действиями экономических условий и производственных факторов. Отечественные ученые одним из современных и наиболее существенных факторов называют цифровизацию, которая позволит уменьшить многочисленные риски, затраты на производство продуктов питания, эффективнее использовать ресурсы, обеспечить прорыв в технологиях производства. Опыт стран с развитой аграрной сферой свидетельствует о том, что внедрение IT-технологий в производство позволило им сократить незапланированные расходы до 20% [1].

Казахстану необходимо обеспечить рост производительности труда к 2021 г. в сельском хозяйстве на 38% в реальном выражении в сравнении с уровнем 2015 г. и получить качественную и конкурентоспособную продукцию, востребованную на внутренних и внешних продовольственных рынках. Цифровизация должна в этом направлении внести свой весомый вклад. Положительные результаты развития производства продуктов питания за последние годы во многом обусловлены принятыми мерами по реализации государственных программ, предполагающих значительные государственные субсидии и дотации на развитие сельского хозяйства РК [2].

Казахстан использует новые возможности на внутреннем и внешних рынках, которые дает членство в ЕАЭС и ВТО, являясь уже сегодня крупнейшим в мире экспортером зерна и муки. Для дальнейшего роста конкурентоспособности своей продукции необходимо учитывать ключевые изменения в развитии продовольственных рынков. К наиболее весомым факторам, определяющим характер изменений, относятся рост численности населения планеты, глобальные проблемы экологии, в том числе и климатические, сокращение водных ресурсов планеты, темпы технологической модернизации экономик стран, полностью изменивших характер потребления отдельных видов продукции.

Современные исследователи факторы формирования продовольственных рынков разделяют на следующие группы: факторы экономического роста, факторы влияния спроса, факторы взаимодействия спроса и предложения, факторы государственного регулирования, уровня конкуренции, распределения ресурсов. Каждая из перечисленных групп содержит множество факторов, которые можно классифицировать по различным признакам. Более обобщенная группировка факторов, влияющих на развитие продовольственного рынка, рассматривает экономические, социальные, инновационные, природно-климатические факторы и другие группы факторов [3].

Состояние потребительского рынка реально отражает социально-экономическое положение в стране, в развитии которого наблюдается ряд положительных тенденций: рост числа предприятий, стабильный рост оборота розничной торговли страны.

По данным Комитета по статистике МНЭ РК, прирост розничной торговли в абсолютных значениях в Казахстане по периодам составил: за 2014–2016 гг. – 24,3%, за 2017–2019 гг. – 11,9%. Сравнение данных по годам (таблица 1) демонстрирует восходящий тренд и темп роста в 2019 г. по отношению к 2014 г. – 157% [4].

Таблица 1 – Объемы розничной торговли РК за 2014–2019 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г. Январь–ноябрь
Объем розничной торговли в стоимостном выражении, млрд тенге	6 332,3	6 555,8	7 974,4	8 892,9	10 069,7	9952,1
Темп роста к предыдущему году в процентах	100,0	103,5	121,6	111,5	113,2	98,8
Темп роста к 2014 г. в процентах	100,0	103,5	125,9	140,4	159,0	157,2
Индекс физического объема розничной торговли	107,9	97,5	102,0	102,7	106,5	105,7

За 2019 г. объем розничной торговли составил 9952,1 млрд тенге (без декабря). Индексы физического объема розничной торговли за последние годы изменяются незначительно, что говорит о том, что на рост показателей в стоимостном выражении оказывает значительное влияние ценовой фактор.

Совокупный объем услуг оптовой и розничной торговли за последние три года составил: в 2017 г. – 29 281,9 млрд тенге, в 2018 г. – 33 557,1 млрд тенге, за 11 месяцев 2019 г. – 33 111,8 млрд тенге.

В 2019 г. доля продовольственных товаров в общем объеме розничной торговли составляет 31,3%, непродовольственных товаров – 68,7%. Объем реализации продовольственных товаров увеличился по сравнению с январем 2018 г. на 5,7%, непродовольственных товаров – на 3,8%. Оптовая торговля республики с начала текущего года составила 1503,1 млрд тенге, или 109,6% к уровню соответствующего периода 2018 г.

В анализе факторов, влияющих на развитие продовольственного рынка, немаловажную роль играют показатели торговли по регионам. В разрезе регионов данные по взаимной торговле (таблица 2) приведены только по тем областям и городам, удельный вес которых в общем объеме товарооборота превышает 3%. К лидерам отнесены Карагандинская и Восточно-Казахстанская области, города Нур-Султан и Алматы. Аутсайдером является Кызылординская область с показателем 0,5%, или 82 924,3 тыс. долларов США. По доле экспорта первые позиции занимают Карагандинская, Павлодарская и Восточно-Казахстанская области и г. Алматы. По доле импорта 47,3% приходится на города Алматы и Нур-Султан. Таким образом, наблюдается значительная дифференциация регионов по показателю взаимной торговли и разрыв в зависимости от региональной принадлежности потребителя.

Таблица 2 – Основные показатели взаимной торговли Республики Казахстан по областям за январь–октябрь 2019 г., тыс. долларов США

Наименование области	Товарооборот		Экспорт		Импорт	
	всего	уд. вес области в общем объеме товарооборота, %	всего	уд. вес области в общем объеме экспорта, %	всего	уд. вес области в общем объеме импорта, %
Республика Казахстан	16 645 302,1	100,0	4963634,3	100,0	11681667,8	100,0
г. Алматы	4 605 814,6	27,6	623078,7	12,5	3982735,9	34,1
г. Нур-Султан	1 804 362,9	10,7	260997,3	5,3	1543365,6	13,2
Восточно-Казахстанская	1 676 485,8	10,1	587015,8	11,8	1089470,0	9,3
Карагандинская	1 657 438,5	10,0	865977,0	17,4	791461,5	6,8
Павлодарская	1 296 284,0	7,8	742550,3	15,0	553733,7	4,7
Костанайская	1 300 609,1	7,8	629815,4	12,7	670793,7	5,7
Актюбинская	863 590,9	5,2	313677,2	6,3	549913,7	4,7
Алматинская	726 915,1	4,4	170170,3	3,4	556744,8	4,8
Западно-Казахстанская	560 896,7	3,4	136605,4	2,8	424291,3	3,6
Кызылординская	82 924,3	0,5	41229,1	0,8	0,8	41 695,2
Примечание – Предварительные данные.						

Темпы роста объемов розничной торговли продовольственных товаров значительно опережают темпы роста объемов торговли непродовольственными товарами: по данным 2018 г. 122,1% и 107,5% соответственно.

Одним из важнейших показателей благосостояния является структура потребительских расходов населения, которая показывает финансовые возможности населения для приобретения продовольственных и непродовольственных товаров, для удовлетворения потребностей в здравоохранении, образовании и других сферах общественной жизни. Анализ таблицы 3 (стр. 86) показал, что из года в год в структуре денежных расходов населения возрастает доля расходов на продовольственные товары и, соответственно, снижается доля расходов на непродовольственные товары.

Таблица 3 – Структура денежных расходов населения РК за 2014–2019 гг. в процентах

Годы	Денежные расходы – всего	в том числе					
		потребительские расходы	из них			оплата налогов	прочие расходы
			продовольственные товары	непродовольственные товары	платные услуги		
2014	100,0	92,3	43,1	28,1	21,1	0,2	7,5
2015	100,0	92,4	44,7	25,7	22,0	0,2	7,4
2016	100,0	92,8	45,8	25,2	21,8	0,2	7,0
2017	100,0	92,6	46,6	24,7	21,3	0,2	7,2
2018	100,0	93,2	49,0	22,3	21,9	0,1	6,7
2019	100,0	92,8	49,9	23,7	19,2	0,3	6,9

Приведенная структура расходов позволяет говорить об отрицательных тенденциях в экономике страны, так как принято считать, что чем большая часть бюджета домашнего хозяйства тратится на продовольственные товары, тем беднее домашнее хозяйство. Прослеживается четкая тенденция роста доли расходов на продукты, причем продовольственные товары занимают почти половину расходов населения на продовольствие. Проанализировав структуру потребления основных продуктов питания населением за 2011–2019 гг., можно заметить четкую тенденцию роста среднедушевого потребления практически по всем продовольственным группам (таблица 4).

Таблица 4 – Потребление основных продуктов питания населением в среднем на душу, кг

Годы	Хлебо-продукты и крупяные изделия	Мясо и мясо-продукты	Рыба и морепродукты	Молоко и молочные продукты	Яйца (штук)	Масла и жиры	Фрукты	Овощи (без картофеля)	Картофель	Сахар, джем, мед, шоколад, кондитерские изделия
2011	124,2	65,9	10,4	227,6	150,0	18,8	58,5	87,6	47,5	38,1
2012	123,6	66,7	10,5	220,9	155,8	18,1	59,4	86,3	48,8	38,3
2013	124,5	69,7	11,3	228,6	158,1	18,2	60,8	87,8	48,7	39,1
2014	126,2	70,7	11,0	225,6	157,7	18,7	60,8	86,6	48,5	39,4
2015	129,8	73,6	11,3	233,6	164,0	19,3	64,4	90,2	48,5	41,9
2016	130,7	72,9	10,9	235,5	164,7	19,5	61,4	89,3	48,6	40,7
2017	133,7	72,9	10,7	237,7	168,5	19,5	64,6	88,5	46,9	41,3
2018	138,5	77,9	13,2	261,3	193,3	19,2	74,9	94,1	48,6	46,3
2019	102,0	58,5	10,6	190,2	96,5	12,7	59,5	39,4	23,8	21,4

Примечание – Данные за 2019 г. – без IV квартала.

Рацион питания в целом сбалансирован по важнейшим и необходимым для жизни и здоровья продуктам. Потребительский спрос и уровень среднедушевого потребления продуктов питания во многом определяется соотношением темпов роста доходов населения и цен на продовольственные товары. Население предпочитает продукты с более высокой потребительной ценностью, прежде всего по качеству и удобству расположения торговых сетей. Рост доходов населения и стабильность цен на продукты питания определяет экономическую доступность продуктов питания для населения.

Согласно оценке ФАО, проблема голода для Казахстана не является актуальной и мы являемся страной с очень низким уровнем пищевой депривации. Уровень пищевой депривации представляет собой процент населения, чей рацион питания по калорийности ниже минимально уровня, необходимого для нормальной жизнедеятельности. Значительная дифференциация данного показателя наблюдается по типу местности. Так, доля населения, калорийность питания которого ниже минимально допустимого уровня, в городской местности превысила

сельский уровень более чем в 1,2 раза. Такой разрыв между городом и селом свидетельствует о более питательном составе потребленных продуктов питания населением в сельской местности. Энергетическая ценность потребленных продуктов питания на душу населения в 2018 г. составляла 3184 ккал, в 2017 г. – 3192 ккал, что незначительно отличается от уровня 2016 г. – 3142 ккал (на 1,6%). Анализ данных прошлых лет показал, что энергетическая ценность потребленных продуктов питания в 2011 г. составила 3140 ккал, что на 30% выше показателя 2005 г. При этом во всех регионах Казахстана уровень потребления энергии превышает минимальные значения потребности в энергетической ценности.

Методология измерений из года в год совершенствуется, используются новые инструменты для измерения доступа к продовольствию. Так, в 2018 г. впервые Комитетом по статистике МНЭ РК был произведен расчет такого показателя, как «Распространенность умеренной и острой продовольственной безопасности, основанной на Шкале восприятия отсутствия продовольственной безопасности – далее ШОПБ». Показатель был рассчитан по методологии ФАО ООН (рисунок 1).



Рисунок 1 – Значение показателя «Острое отсутствие продовольственной безопасности» по странам мира

Показатель относится к цели «Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности, улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства». Методика ШОПБ (шкала оценки пищевого поведения) позволяет получить достоверную и своевременную информацию в отношении способности людей получать пищевые продукты в соответствии с типом поведения и опыта, типичных для ситуаций, в которых ограничена возможность получения продовольствия [4]. «Острое отсутствие продовольственной безопасности» – данный показатель выражается через долю населения в общей численности населения, проживающего в домашних хозяйствах, где по крайней мере один взрослый был признан не обеспеченным продовольствием. В РК значение данного показателя находится на уровне 1,4%, для сравнения на рисунке приведены значения по другим странам.

Одной из проблем обеспечения продовольствием следует отметить неорганизованный режим продвижения продовольствия от производителей к потребителям, наличие цепи посредников, надбавки к стоимости продукции СХТП, условия транспортировки, нерегулируемые государством товаропотоки между регионами, т.е. недостатки торгово-логистической инфраструктуры. К ним же можно отнести и организацию работы торговых сетей. Внутренний и внешний потоки продовольственных товаров в основном приходятся на малые предприятия – примерно около 80% рынка, 17% – на средние и только 3% – на крупные. Мелкие товаропроизводители не имеют технических и технологических возможностей для продвинутой оптово-розничной торговли. Как результат – система товародвижения и рынки не выполняют свои функции на высоком уровне, что приводит к значительным потерям и расходам. Одним из результатов влияния фактора цифровизации является рост оборотов электронной коммерции. По данным

Института маркетинговых и социологических исследований Elim, объем ритейла через интернет вырос в 2,8 раза в 2017 г. и составил 78,5 млрд тенге. Через онлайн-сервисы в основном идет торговля непродовольственными товарами – до 96%, торговля продуктами питания чаще осуществляется традиционными методами. Крупнейшие 33 торговые компании РК с численностью от 1010 работников и выше по отраслям торговли распределились следующим образом: 12 – неспециализированная оптовая торговля, 7 – розничная торговля в неспециализированных магазинах, 4 – оптовая торговля продуктами питания, напитками и табачными изделиями, 5 – розничная торговля топливом в специализированных магазинах, 1 – розничная торговля информационным и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах, 1 – розничная торговля прочими товарами в специализированных магазинах, 3 – прочие услуги оптовой торговли [5].

Для формирования политики развития продовольственного рынка Казахстана необходимо разработать модель маркетингового управления продовольственными рынками, в которой предусмотреть два варианта развития продовольственных рынков: активный и пассивный. Пассивный сценарий означает более медленный переход от экстенсивных форм к интенсивным технологиям. По активному сценарию развития событий предусматривается реализация в полном объеме мер, определенных Государственной программой развития АПК РК на 2017–2021 годы [2].

Существует возможность роста добавленной стоимости не за счет роста физических объемов, а за счет сдвигов в структуре производства. Реализация уникального природно-экономического потенциала страны, инновационное обновление сельскохозяйственного производства позволят стране войти в число лидеров мирового продовольственного рынка по такому виду продукции, как продукция «экологического сельского хозяйства». Учитывая такой тренд потребления, как «усиление этической составляющей структуры потребления», Казахстан обладает значительным потенциалом производства и может занять свою нишу торговли такими продуктами, как «органика», «халяль», «веган», «кошер» и т.п. В перспективе быстрое распространение инноваций в сфере агротехнологий, торговли, систем контроля с использованием искусственного интеллекта, робототехники приведет к большей ориентации внутреннего спроса на отечественные товары и расширению географии поставок и объемов экспорта продовольственных товаров, усилению позиций на внешнем рынке. Рост цен на мировых рынках повысит ценовую конкурентоспособность отечественной сельхозпродукции.

Необходимо активно формировать тенденции увеличения производства сельхозпродукции на фоне развития рынка альтернативных источников энергии. Дальнейшие перспективы развития отечественного рынка продуктов питания будут непосредственным образом зависеть от проводимой политики стран ЕАЭС в отношении увеличения или сокращения объема производства отдельных продуктов питания и возможного изменения экспортной пошлины на них. Поэтому необходимо усилить работу по достижению глобальных торговых соглашений для защиты собственных рынков сбыта продукции. На местах необходимо ограничить влияние посредников, усиливая роль государственного регулирования и контроля в процессах товародвижения и обеспечения качества продовольствия.

Таким образом, учитывая, что место и роль потребительского рынка продовольственных товаров определяются характером экономических отношений в регионе, дальнейшее развитие продовольственного рынка возможно лишь при оптимизации использования ресурсов, цифровизации и повышении информационной обеспеченности субъектов рынка с применением маркетинговых подходов в процессе управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Есполов Т. Цифровизация – ключевой фактор развития АПК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kazpravda.kz>.

2 Об утверждении Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017–2021 годы: утв. Указом Президента Республики Казахстан 14 февраля 2017 г. № 420. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adilet.zan.kz>.

3 Дохолян С.В., Варганова М.Л. Основные факторы организации и развития продовольственного рынка региона в современных условиях // Российское предпринимательство. – 2017. – № 5. – С. 971–982.

4 Официальный сайт Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz>.

5 Анализ рынка продуктов питания в Казахстане. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketingcenter.kz>.

Аңдатпа

Мақалада азық-түлік нарығының қазіргі жағдайы мен Қазақстан халқының тұтынушылық мінез-құлқының кейбір аспектілері қарастырылған. Азық-түлік нарығына әсер ететін факторлардың әсері мемлекеттік бағдарламаларды іске асыру шараларымен тығыз байланысты, бұл мемлекеттік азық-түлік өндірісін дамытуға айтарлықтай мемлекеттік субсидиялар мен тамақ өнімдерінің өз өндірісін дамытатын дотациялар кіреді. Қазақстан Республикасы бөлшек саудасының өсу қарқынына, аймақтар бойынша өзара сауданың көрсеткіштеріне, тұтыну шығындарының құрылымына, негізгі тамақ өнімдерін тұтыну құрылымына талдау жасалды. Жер типі бойынша азық-түлік депривация деңгейінің саралануы көрсетілді. Әлемдегі басқа елдермен салыстырғанда «өткір азық-түлік қауіпсіздігі» көрсеткішінің мәні келтірілген. Цифрландыру факторының онлайн-қызметтер арқылы сауданы дамытуға әсер ету нәтижелері қарастырылады. Халықтың төлем қабілетті сұранысының өсуі, әлемдік нарықтың даму тенденциясы жағдайында азық-түлік нарықтарын маркетингтік басқару моделін құру қажеттілігі туралы қорытынды жасалады. Оқиғалардың дамуының ықтимал белсенді және пассивті сценарийлері азық-түлік нарығы мен тамақ өнеркәсібінің дамуын анықтайтын факторларды ескереді. Ішкі азық-түлік нарығының дамуы көрші мемлекеттердің саясатын ескере отырып, балама энергия көздері нарығының дамуы, өзіндік сату нарықтарын қорғау, ресурстарды пайдалануды оңтайландыру және нарық субъектілерінің ақпараттық қауіпсіздігін арттыру үшін жаһандық сауда келісімдеріне қол жеткізу жөніндегі жұмысты жандандыру аясында жүруі керек.

Тірек сөздер: азық-түлік нарығы, сауда көрсеткіштері, халық табысы, нарық факторлары, тағам өнеркәсібі, цифрландыру.

Abstract

The article discusses certain aspects of the current state of the food market and consumer behavior of the population of Kazakhstan. The effect of factors affecting the food market is revealed in close connection with measures to implement state programs, which involve significant government subsidies and subsidies for the development of own food production. The analysis of the growth rate of the retail trade of the Republic of Kazakhstan, indicators of mutual trade by regions, the structure of consumer spending, the structure of consumption of basic food products is carried out. The differentiation of the level of food deprivation by type of terrain is shown. The values of the indicator “acute food insecurity” are given in comparison with other countries of the world. The results of the influence of the digitalization factor on the development of trade through online services are considered. Conclusions are drawn about the need to develop a model of marketing management of food markets in the context of the growth of solvent demand of the population, development trends of the world market. Possible active and passive scenarios of the development of events take into account the factors that determine the development of the food market and the food industry. The development of the domestic food market should take place against the background of the development of the market for alternative energy sources, taking into account the policies of neighboring countries, intensification of work to achieve global trade agreements to protect their own sales markets, optimize the use of resources, and increase the information security of market entities.

Key words: food market, trade indicators, population incomes, market factors, food industry, digitalization.